

Autor(en): **[s.n.]**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin**

Band (Jahr): **111 (1985)**

Heft 18

PDF erstellt am: **17.05.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-609452>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

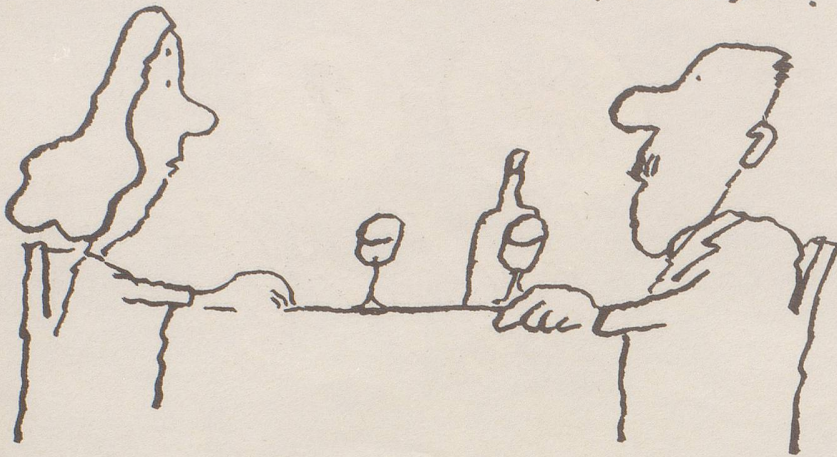
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

... was heisst
da **MAGERWIESE**?



In meiner Position
können wir uns



... sogar eine
FETTWIESE
leisten!



FURACK

Wulwu

In seinem oft zitierten Weltblatt stiess Puck auf ein dreiseitiges Inserat eines bekannten Konzerns (Riesenspielzeuge für Erwachsene) aus Aquavitanien, dem Land der Wälder, der grossen Seen, der blonden Mädchen und der Trolls. Das gigantische Inserat machte eigentlich fast keine Werbung – nur ganz unerschwinglich. Da wurde nämlich das Märchen von einer Prinzessin erzählt: Wie sie dank der Intelligenz ihres arteriosklerotischen Vaters unter die Haube kam: Derjenige von zwei Prinzen, welcher mit dem Geldbetrag (zweimal der gleiche Betrag natürlich), den der König stiftete, schneller ein Schloss für die Königstochter bauen könne, solle der Gemahl der schönen Asa werden.

Es stellt sich heraus, dass der Prinz Wulwuli zwar langsamer, aber seriöser und sozialer baut als der frömde Fötzel Agnay (vermutlich ein Gelber). Dem nämlich will's trotz grösserem Tempo nicht gelingen, weil er die Arbeiter schindet und minderwertiges Material verwendet. So kommt es – wer hätte das gedacht –, dass Prinz Wulwuli ans Ziel seiner Wünsche gelangt, und wenn die beiden nicht gestorben sind, dann fahren sie heute noch ihren Wulwu, Jahrgang 1956 (nicht zu töten).

Was sich wohl die Man-Ager (nicht teen-ager) des grossen Konzerns gedacht haben, als sie solch kostspielige Werbung erfanden? Glauben sie allen Ernstes, jemand wäre mit solchen Ammenmärchen zum Kauf eines Produkts ihrer Firma zu bewegen? Bei der nicht gerade überwältigenden Intelligenz vieler Spielzeug-Interessenten ist sogar zu befürchten, dass einigen der höhere Sinn oder Unsinn des erzählten Märchens gar nicht aufgeht. Selbst wenn das aber der Fall wäre – welcher Käufer unterzieht die Fabrik, aus dem sein Teddybär stammt, einer soziologischen Untersuchung? Vermutlich war der Reingewinn zu hoch (Steuern), so verlockt man Überschuss in solche Werbung. Puck

Konsequenztraining

Früh übt sich, was ein Konsequenter werden will. In der Kindersendung «Hoschehoo» des Schweizer Fernsehens wurden die jungen Zuschauer gefragt: «Wissed er der Unterschied zwischene Töffli und em Bundesroot Egli?» – «S Töffli cha me frisierere!»

Bohoris